



**PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET
INDOMARET MEJOBOKUDUS**

Diajukan oleh :

MUHAMMAD RIZA PAHLAWI

NIM. 2008-11-132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
*TAHUN 2012***



**PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET
INDOMARET MEJOBO KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

MUHAMMAD RIZA PAHLAWI

NIM. 2008-11-132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
*TAHUN 2012***

**PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MINIMARKET* INDOMARET
MEJOBOKO KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Kudus, September 2012

Mengetahui

Ketua ProgDi

Pembimbing I

Dian Wismar'ain, SE, MM
NIS. 0610701000001177

Drs. Ag Sunarno H, SH, SPd, MM
NIS. 195506261984031001

Mengetahui

Dekan

Pembimbing II

Drs. Muhammad Masruri, MM
NIS. 0610702010101002

Dra.Hj. Panca Winahyuningsih,MM
NIS. 0610702010101022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh (urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanlah kamu berharap. (QS. Al-Insyirof: 6-8)

*Jagalah Allah, niscaya Allah menjagamu;
Jagalah Allah, niscaya engkau mendapatinya bersamamu;
Jika engkau meminta, mintalah kepada Allah;
Jika engkau minta tolong, minta tolonglah kepada Allah;
Kenalilah Allah di waktu lapang, niscaya Allah mengenalmu di saat sulit;
Ketahuilah bahwa apa yang luput darimu tidak bakal mengenaimu dan
Apa yang mengenaimu tidak bakal luput darimu;
Ketahuilah bahwa bersama kesabaran ada kemenangan;
Bersama kesusahan ada jalan keluar;
Dan bersama kesulitan ada kemudahan.”
(HR. Turmudzi)*

PERSEMBAHAN

*Alm. Bapak M. Baidlowi
Ibuku, kakak, dan adikku tercinta
Almamaterku
...kepada mereka tulisan ini aku persembahkan.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan hingga tersusun menjadi sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Retailing Mix* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Minimarket Indomaret Mejobo Kudus”**

Shalawat dan salam penulis haturkan kepada Junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta para sahabat-sahabatnya. Tak lupa untuk kedua orang tua penulis yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, serta memberikan kasih sayang yang berlimpah kepada penulis hingga penulis menjadi seperti sekarang ini. Segala pengorbanan, doa dan sujud di tengah malam, isak tangis, dan petuah-petuah bijak, yang selalu menyertai penulis selama ini, agar penulis dapat segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Penulis sangat menghaturkan sembah sujud yang sedalam-dalamnya.

Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan guna menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan masukan baik material maupun spiritual. Dan tidak berlebihan kiranya bila penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Agus Sunarno H, SH, S.Pd, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM selaku Dosen Pembimbing II untuk kesabaran dan bimbingan beliau dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Drs. Muhammad Masruri, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Dian Wismar'ain, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi atas semua ilmu dan pelayanan yang telah diberikan.
5. PT. Indomarco Prismaatama (Indomaret Mejobo) atas kesempatan, waktu, dan izin dalam penelitian ini.
6. Para responden yang berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
7. Almarhum Bapak M.Baedlowi untuk kasih sayang, do'a restu, dan jasa yang tak terhingga yang terus mengalir sepanjang hidup saya.
8. Ibu Muchoyyarooh untuk kasih sayang dan do'a restunya, kakak, dan adikku untuk kasih sayang, bantuan, dan dukungannya.
9. Rekan-rekan kerja serta teman-teman sekelas manajemen atas motivasi, bantuan, dan dukungannya.
10. Seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tak bisa saya sebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis berharap saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak supaya menjadi lebih baik lagi.

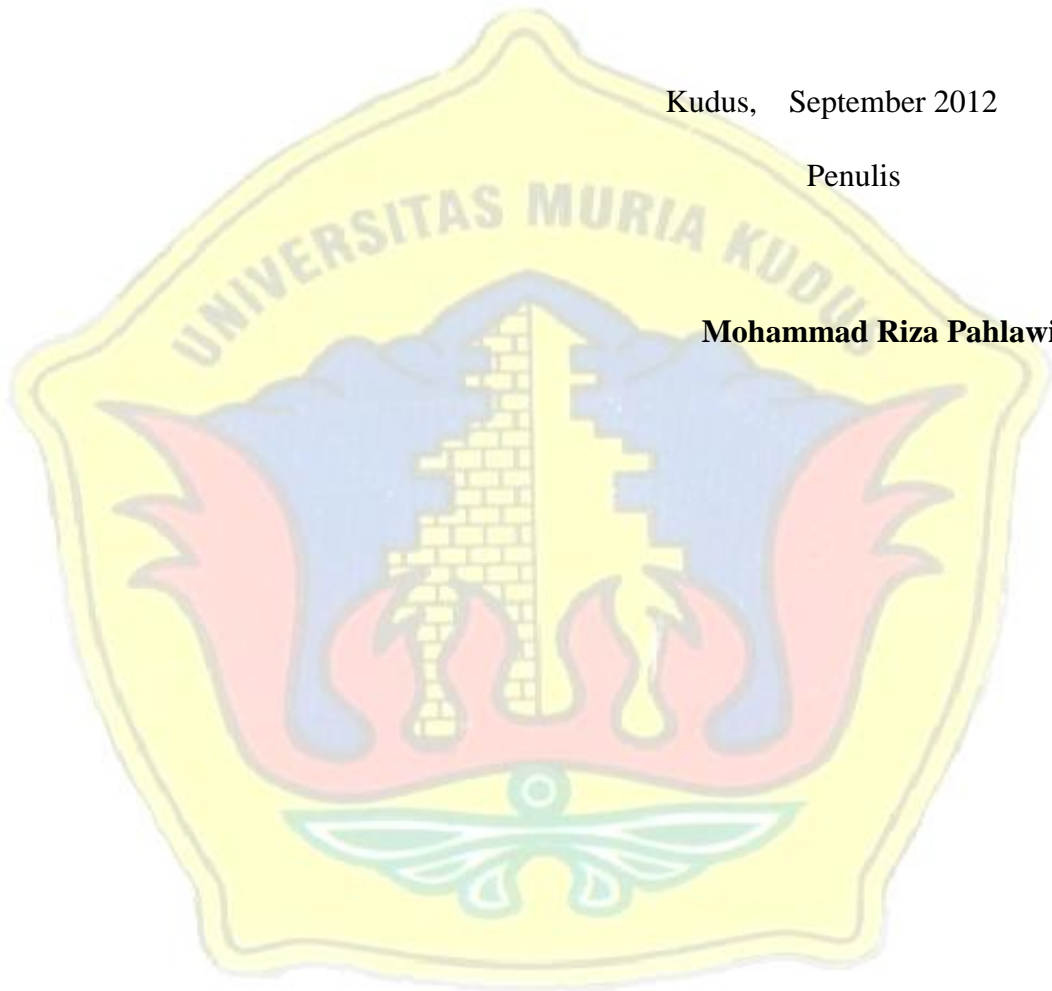
Namun demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan dasar pengembangan penelitian serupa di masa mendatang.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini. Semoga dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Kudus, September 2012

Penulis

Mohammad Riza Pahlawi



ABSTRAKSI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1: 2012

- A. Nama Penyusun : MOHAMMAD RIZA PAHLAWI
- B. Judul Skripsi : PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MINIMARKET INDOMARET MEJOBOKUDUS
- C. Jumlah Halaman : Permulaan xiii, Isi 75, Tabel 16, Gambar 5
- D. Ringkasan :

Perkembangan bisnis ritel moderen di Indonesia mengalami kemajuan cukup pesat pada beberapa tahun terakhir. Masalah persaingan merupakan konsekuensi logis yang timbul akibat pesatnya pertumbuhan jumlah perusahaan ritel, mulai dari persaingan produk yang dijual, promosi, lokasi toko, pelayanan yang diberikan, sampai dengan fasilitas fisik yang tersedia. Hal ini dilakukan guna untuk menarik konsumen agar memutuskan untuk melakukan pembelian produk yang dijual.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis melakukan penelitian pada *Minimarket* Indomaret Mejoko dengan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah ada pengaruh *retailing mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan, dan fasilitas fisik secara parsial dan berganda terhadap pengambilan keputusan pembelian pada *Minimarket* Indomaret Mejoko Kudus. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *retailing mix* secara parsial dan berganda terhadap pengambilan keputusan pembelian pada *Minimarket* Indomaret Mejoko Kudus.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan variabel produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan, dan fasilitas fisik sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Jenis penelitian studi kasus yang didukung oleh survey melalui pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan sampelnya sebanyak 100 orang sebagai responden dengan teknik *accidental sampling*.

Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan untuk teknik analisis datanya menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan uji t dan uji F menggunakan bantuan program IBM SPSS *Version 20* sehingga diperoleh hasil temuan penelitian sebagai berikut:

- a. Variabel produk dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,326 < 1,986$), variabel harga dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,756 > 1,986$), variabel promosi dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,809 < 1,986$), variabel pelayanan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,399 > 1,986$), variabel fasilitas fisik dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,848 > 1,986$) sehingga secara parsial terdapat pengaruh harga, pelayanan, dan fasilitas fisik terhadap pengambilan keputusan pembelian pada minimarket Indomaret Mejobo. Sedangkan untuk variabel produk dan promosi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pada *minimarket* Indomaret Mejobo.
- b. Hasil nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,842 > 2,311$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga secara bersama-sama terdapat pengaruh retailing mix (produk, harga, promosi, pelayanan, dan fasilitas fisik) terhadap pengambilan keputusan pembelian pada *minimarket* Indomaret Mejobo.
- c. Nilai *adjusted R square* adalah sebesar sebesar 0,656 artinya bahwa 65,6% pengambilan keputusan pembelian pada *minimarket* Indomaret Mejobo dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, promosi, pelayanan, dan fasilitas fisik. Sedangkan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Daftar buku yang digunakan: 11 buku (2002 – 2011)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Pengertian dan Ruang Lingkup Ritel.....	6
2.1.1. Fungsi-Fungsi Yang Dijalankan Ritel.....	6
2.1.2. Karakteristik Dasar Ritel.....	8
2.1.3. Bauran Ritel (Retailing Mix).....	10
 2.2. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian	12
2.2.1. Model Perilaku Konsumen	13
2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.2.3. Keputusan Pembelian	16
2.2.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	17

2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	26
2.5. Hipotesis	26
 BAB III METODE PENELITIAN	 27
3.1. Rancangan Penelitian	27
3.2. Variabel Penelitian	27
3.2.1. Variabel Independen	28
3.2.2. Variabel Dependen	30
3.3. Jenis dan Sumber Data	30
3.4. Populasi dan Sampel	31
3.4.1. Populasi	31
3.4.2. Sampel	31
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5.1. Kuesioner	33
3.5.2. Dokumentasi	33
3.6. Pengolahan Data	33
3.6.1. <i>Coding</i> (Pemberian Kode)	33
3.6.2. <i>Editing</i> (Pengeditan)	34
3.6.3. <i>Tabulating</i> (Tabulasi)	34
3.6.4. <i>Scoring</i> (Pemberian Skor)	34
3.6.5. Proses komputer	35
3.7. Uji Instrumen	35
3.7.1. Uji Validitas	35
3.7.2. Uji Reliabilitas	36
3.8. Analisis Data	36
3.8.1. Analisis Deskriptif	36
3.8.2. Analisis Kuantitatif	37
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 42
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	42

4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.2.	Visi dan Budaya Perusahaan	43
4.1.3.	Maksud dan Tujuan Perusahaan	44
4.1.4.	Struktur Organisasi Perusahaan	44
4.2.	Deskripsi Responden	46
4.2.1.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	47
4.2.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.2.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.2.5.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.3.	Analisis Data	50
4.3.1.	Analisis Data Deskriptif.....	50
4.3.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.3.3.	Analisis Regresi	57
4.3.4.	Uji Parsial (Uji t)	60
4.3.5.	Uji Berganda (Uji F)	61
4.3.6.	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	62
4.4.	Pembahasan	63
4.4.1.	Pembahasan Pengaruh <i>Retailing Mix</i> Secara Parsial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Minimarket Indomaret Mejobo	63
4.4.2.	Pembahasan Pengaruh <i>Retailing Mix</i> Secara Berganda Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Minimarket Indomaret Mejobo	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		72
5.1.	Kesimpulan	72
5.2.	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel : 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	47
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	49
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk.....	51
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	52
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	52
4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan	53
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas Fisik.....	54
4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	54
4.12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.13 Hasil Analisis Regresi	58
4.14 Hasil Uji Berganda (Uji F).....	62
4.15 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar : 2.1 Model Perilaku Konsumen	13
2.2 Proses Pembelian	20
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	26
4.1 Struktur Organisasi Indomaret Mejobo	45
4.2 Kerangka Aplikasi	71

